新媒体环境下公共危机传播治理路径

摘　要：在社会转型、经济转轨的时代背景下，多元文化交融、多种思潮涌动、多样价值并存，以移动互联网为引擎的新兴媒体深刻改变着媒体格局、舆论生态和传播形态。遵循传播规律，强化协同共治，科学精准有效，做好新媒体环境下公共危机传播治理是创新构建共建共治共享社会治理体系格局的应有之义，也是促进新时代经济政治社会平稳、有序、和谐发展的重要保障。

关键词：新媒体；公共危机；治理路径；新媒体环境
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）05-048-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.05.010

文 / 梁修明

1. 新媒体环境下公共危机传播的基本特点

从传统媒体到“两微一端”，再到“多微多端”，融合了大数据、云计算、物联网等互联网信息技术元素的新媒体，使公共危机传播具有媒介载体多样性、路径模式裂变性、主体客体多层性、传播形态多元性、影响效应极端性的基本特点。

1.1 媒介载体多样性

由于信息传播的渠道载体、获取服务的读者受众发生深刻变化，推动网民规模不断扩大、年龄结构不断变化，以互联网为传播渠道载体的新媒体成为受众获取信息的主要渠道。在媒体发展、舆论生态新格局下，互联网信息技术的发展，特别是移动互联网信息技术的发展，既带来了海量信息的即时集聚扩散、多元形态呈现，也改变了舆情信息传播理念、内容方式、媒介载体。新媒体环境下公共危机传播的媒介载体日益多样化，公共危机传播的源头进一步向移动端集中，网站、论坛、微博、微信、微视频、App 客户端、网络直播等新媒体都是当前公共危机传播的重要媒介载体。

1.2 路径模式裂变性

传统媒体时代公共危机传播的模式路径，一种为“One To One”的以传播者为起点，经过媒介载体以受传者为终点的单向直线传播；另一种为传者到受众的“One To N”扇形传播模式。而新媒体环境下危机舆情则是一种无核的“One To N To N+N”的裂变传播模式，形成“群体极化”现象，迅速裂变、突发爆发、主体多元、态势多样、效应负面、修复困难，易导致衍生信息和次生舆情，对社会秩序、基层治理、道德伦理、信息安全、党委政府形象带来不同程度的影响和冲击。

传统媒体一般均有严格的采编流程把关制度，舆情信息的发布都有“把关人”决定。而新媒体环境下的公共危机传播，由于相对缺少“把关人”角色，其迅速裂变路径模式效应明显。

1.3 主体客体多层性

新媒体打破了传统媒体在信息传播过程中的单向模式，同时，相对于传统媒体，新媒体准入门槛相对较低。新媒体环境下公共危机传播主要是指通过互联网接收信息、表达意见的社会成员，并以互联网特别是移动互联网为传播渠道和交流媒介，网上获取讯息、参与网络互动，以发表个人观点的方式进而表达情绪、态度和意见，其主要包括事件当事人、意见领袖、利益相关者、围观社会成员等。新媒体环境下公共危机传播的客体主要是指社会公共事件引发网民的广泛讨论，进而导危机致舆情产生、传播，其主要包括社会焦点事件、社会突发问题、社会矛盾冲突、公众人物言行等。

1.4 传播形态多元性

在“终端随人走，信息围人转”的移动互联网时代，公共危机传播呈现出即时、人人、海量、平等、交互、多元的特点，个体之间、群体之间、社会之间、线上线下的交互性越发紧密。移动互联网信息技术的发展，一方面使得新媒体环境下的公共危机传播不受任何时间空间的限制；另一方面也打破了传统媒体与社会公众沟通的原有界限，公众可以通过“信息”“评论”“转发”“分享”等功能实现多向多元多维交流，形成网状传播形态格局。

1.5 影响效应极端性

在多元文化交融、多种思潮涌动、多样价值并存的时代背景下，以移动互联网为核心的新兴媒体深刻改变着媒体格局、舆论生态和传播形态。在此背景下，危机舆情快速发酵，裂变爆发，传播广泛，往往造成较大的负面社会影响，对思想观念、社会情绪、公共秩序、社会治理、经济发展等造成较为严重的负面极端冲击，影响效应的极端性越发凸显。

2. 新媒体环境下公共危机传播的生成动因

经济转轨、社会转型的当代社会，呈现出思想多元、观念多变、价值多样的社会格局，社会经济的分化、社

会结构的变迁、社会规范的异化，导致公共危机传播以不同原因、不同形式生成。

2.1 信息发布不透明

一些基层单位和部门对于新媒体环境下信息公开所面临的新情况、新问题、新机遇、新挑战，缺少正确而深刻的认识理解，视信息公开为“洪水猛兽”，谈信息公开为之色变，导致信息公开不及时，信息发布不规范，舆论引导不妥当，导致权威信息缺失、宣传教育弱化、舆论监督缺位、互动交流不足、舆情引导失控。危机舆情由于具有突发性、复杂性、破坏性的特点，而且与民众生产生活息息相关，很容易激起民众对政府强烈的信息需求。

2.2 沟通解决渠道不畅

危机舆情往往会对社会秩序、社会功能、资源环境等造成严重的破坏，给人民群众生产生活以及经济社会的正常运行带来强烈冲击。由于公共危机传播事件多为改革发展、经济社会、基层治理、民生保障、科教文卫、生态环保等与民众生产生活息息相关的行业领域，加之公众利益诉求缺乏有效顺畅的沟通表达解决渠道，客观上衍生了公共危机传播的关联因素，增加了公共危机传播的社会黏性。

2.3 危机传播素养缺失

在与移动互联网迅速发展相伴而生的新媒体时代，人人都有麦克风，人人都是发言人，人人都有话语权。但同时也出现了传播素养缺失的问题：有的传播者不明真相、以讹传讹；有的传播者哗众取宠、背离事实；有的传播者添油加醋、断章取义。热闹不嫌事大，蹭热点乐此不疲，舆论反转频现，舆论乱象频出，舆情突发性更强，负面性更大，给政治、经济、社会、文化、思想等领域带来严重危害。同时，官方在危机传播舆情事件处置过程中的失时、失度、失效回应，也极易在原舆情事件上衍生出新的危机舆情。

2.4 新兴传播平台爆料

近年来，微博、微信、网络直播、短视频等新兴传播平台方兴未艾，用户聚集效应显著增强，客观上为网民爆料、公共危机传播提供了平台条件、渠道载体。一方面，社会成员表达渠道不断得到拓宽，网络话语权呈现均等化、社会化、多元化的特点；另一方面，“网民特别是年轻网民通过新媒体传播平台发布爆料信息、解读热点新闻越来越成为常态。”在某种程度上而言，新媒体环境下公共危机传播事件从首次产生、萌发、发酵到爆发，大多源发于上述新兴传播平台，“第一信息源”效应凸显。

2.5 危机应对处理不当

改革转型发展时期，公众参与社会决策和表达利益诉求与政府治理能力、体系现代化之间存在一定的鸿沟。政府回应机制不完善，舆情回应处理不到位，面对公共危机传播引导方法、手段、措施单一、僵化，采取“封”“压”“堵”的简单粗暴工作方式方法，加剧危机舆情的传播，权威、客观信息公开不及时，导致公共危机传播事件处理过程中被动和事件升级。

3. 新媒体环境下公共危机传播的演变进程

通常而言，媒体环境下公共危机传播的演变进程，一般来说，存在潜伏、爆发、蔓延、反复、缓解、长尾等六个阶段。

一是潜伏阶段。社会经济的分化、社会结构的变迁、社会规范的异化，各方因素关联交织，客观上形成了公共危机传播的潜在期。二是爆发阶段。新媒体环境下移动互联网的迅速崛起，改变了原有的线性传播规律，客观上为危机舆情爆发传播提供了技术基础、渠道载体、时空条件。三是蔓延阶段。新媒体时代信息传播与纷繁复杂、迅猛强烈的网络意见交织，极易产生扩散蔓延效应。四是反复阶段。信息传播载体的多样性，信息传播内容的真伪性，信息传播时空的交互性，使有关事件的衍生议题不断以“爆料”等形式出现，导致公共危机传播反复出现。五是缓解阶段。随着时间的推移，公共危机事件得到有效改善、解决；同时，随着新的舆情热点产生，民众的关注点、兴趣度、好奇心和不满情绪逐步转移，公共危机传播开始缓解。六是长尾阶段。长尾阶段也即长尾期，同一公共危机传播，由于网络民众思想认识多元、利益诉求多样，即便经过了缓解期，仍有一部分网络民众不会停止，而是延续对公共危机传播的关注，这便形成了一个较为漫长的消弭期。

4. 新媒体环境下公共危机传播的治理路径

新媒体环境下，公共危机传播的治理路径要着重把握好运行体制机制、媒体融合建设、网络传播规律三个大的方面。

4.1 强化顶层设计建设，优化运行体制机制

4.1.1 完善舆情信息公开机制

公开透明是法治政府的基本特征。科学稳妥、扎实有序推进信息公开，不仅对发展社会主义民主政治，保障人民群众知情权、参与权、表达权、监督权具有重要意义，而且对提升国家治理能力现代化，增强政府公信力、执行力，构建共建共治共享的社会治理体系新格局也具有重要意义。“信息饥渴效应”客观上要求危机舆情事件发生后，党委政府应把握舆情信息主动权，及时回应关切，扩大公众参与，疏解社会情绪，满足社会公众的知情权、参与权、表达权、监督权，重点围绕群众关切信息、政务服务事项，扎实做好舆情信息公开。

4.1.2 完善舆情信息预警机制

“凡事预则立，不预则废。”建立健全舆情信息预警机制，要突出舆情信息预警重点，着眼构建舆情监测体系，综合施策，科学推进，积极运用大数据、云计算、移动互联网等信息技术，强化预警发掘分析研判机制，

充分发挥主流传统媒体，以及包括网站、网络电视、网络广播、电子屏、手机报、微博、微信、客户端等在内的新兴媒体综合智慧预警效用，从源头上尽早积极介入公共危机传播因素。

4.1.3 完善舆情信息引导机制

英国危机公关专家罗杰斯曾提出著名的危机处理“3T”原则，对如何建立健全舆情信息引导机制具有积极的思考和借鉴意义。甄别舆情信息，精准分类施策，明确回应责任，提升回应效果。建立健全危机舆情收集、会商、研判、回应、评估机制，甄别不同舆情信息，精准分类施策处置。按照属地管理、分级负责、谁主管谁负责的原则，认真做好舆情回应工作。

4.1.4 完善线下社会治理机制

“线下”决定“线上”，网络公共危机传播有其客观规律，其本质是网下产生的社会现实问题在网络多维空间的具象表现。因此，在某种程度上而言，公共危机传播应对不仅仅是线上引导治理，更是线下社会协同联动治理，关键要以更有效的举措、更务实的态度，从根本上解决问题、化解矛盾、推动发展、改善民生，在创新构建共建共治共享的社会治理新格局上着力，更好地推动网上与网下、线上与线下有机协同共治，让互联网这个最大“变量”成为最大“正能量”。

4.2 推进媒体融合建设，有效打通“两个舆论场”

从“铅与火”平面媒体时代，到“光与电”的立体媒体时代，再到“数与网”的全媒体时代，新闻媒体作为党和政府联系群众的桥梁纽带，在发布舆情信息、回应社会关切、解读理论政策、引导社会舆论、服务人民群众等方面始终发挥着重要作用。以移动互联网为核心的新兴媒体，深刻改变着媒体格局、舆论生态和传播形态，客观上要求舆论引导必须打通“两个舆论场”，既高度重视传统媒体权威性、客观性、深度性、内容性的公信力优势，又充分发挥新兴网络媒体即时性、交互性、多元性的特征特点。

在舆论传播场域格局中，客观存在着“两个舆论场”。具体来讲，一个是“官方舆论场”，主要是由执政党和政府管办的官方媒体为表达主体；另一个则是“民间舆论场”，主要是由社会化网络自媒体为表达平台而形成的舆论场。与移动互联网迅速发展相伴而生的全媒体时代，信息无处不在、无所不及、无人不用，呈现出无界化、数字化、互动化、多功能化的特点，公共危机传播日益突破时空界限、物理限制、主体限制和功能界限。因此，新媒体环境下做好公共危机传播治理，很重要的一点就是要深刻遵循舆情信息传播规律和媒体融合发展规律，推进媒体融合建设，精准有效打通“两个舆论场”。

4.3 深刻遵循网络传播规律，提高舆情传播治理能力

时度效是检验公共危机传播引导治理的基本标尺，也是影响舆论引导的重要因素，深刻遵循网络传播规律，提高舆情传播治理能力，核心关键在于从时度效着眼着力。

公共危机传播引导治理从时度效着力，体现时度效要求，就要以辩证、历史、发展的思维理念，领悟内涵，把握规律，强化应用，精准着力，直面热点问题，精准拿捏时度效，精心设置议题，科学强化舆论引导，以主流声音构建主流叙述，做好主流引导，充分发挥主流引导在舆论场上“中流砥柱”“定海神针”的“压舱石”作用。

具体而言，在时的要求上，要分秒必争抢占“第一时间”“第一落点”，及时发声回应，积极解疑释惑；在度的拿捏上，要精心处理好纪律与规律、炒作与非炒作、整体与部分、正面与负面、主观与客观等五个方面的关系，谨防危机舆情出现衍生传播现象；在效的把握上，要注意效的表现、类型、产生等三个方面，使公共危机传播治理产生最大正效应。媒

参考文献

[1] 习近平 . 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话 [M]. 人民日报，2016（4）：26.

[2]《国务院办公厅印发 < 关于全面推进政务公开工作的意见 > 实施细则的通知》（国办发〔2016〕80 号），http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-11/15/content_5132852.htm，中华人民共和国中央人民政府官网，2016（11）：15.

[3] 杨振武 . 把握好政治家办报的时代要求——深入学习贯彻习近平同志在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神 [N]. 人民日报，2016，3（21）：7.

[4] 陈寅 . 时度效的内涵、应用及着力点 [J]. 新闻战线，2014（7）.

[5] 上官酒瑞：网络舆论危机管理的“三重定位”——地方政府如何引导处理网络舆论危机 [J]. 人民论坛，2018（20）.

[6] 朱颖，李嘉碧 . 突发公共事件中微信公众号的谣言治理 [J]. 今传媒，2016（8）.

（**作者单位：**深圳报业集团宝安日报社）